

现代纸书出版案例分析（三）：

《单元测评卷·优优好卷》



扫码体验本案例数字服务

文 / 郑雪媚

一、基本信息

出版物名《单元测评卷·优优好卷》，以六年级上册数学练习册为例。该书属于教辅类出版物，总发行量超过 200 万册，部分区域将直接由学校配发课堂，其他则直接由市场发行售卖。

二、出版物属性及读者服务

该出版物为雌性属性，让家长快速获得解题思路并有效辅导孩子考试拿高分。同时该出版物又属于社会型人格属性，让家长辅导孩子时帮助其快速掌握知识点，明白解题思路，帮助孩子与他人交流互动时得到他人认可从而获取快感。

当本出版物的读者所需要的服务需求满足点是社会型人格时，其购买决策者是家长，那么在读者服务方面，可以为“读者圈”“答案解析”“名师在线视频”“测试卷”以及“名师问答”，此类能够节约家长时间成本，同时与他人交互时能获得他人认可产生快感的读者服务内容。在该出版物的读者圈服务中，有编辑对于题目和读者问题的解答以及配套本书的强化练习与 11 万家长形成互动，分享孩子好的学习方法，总结做题技巧，帮助孩子考试拿高获得他人称赞。每单元参考答案，与解题步骤配合题目呈现，免去翻页对答案的麻烦，帮助家长快速辅导孩子掌握解题步骤。

该出版物共设有 19 个二维码，扫码位置分别为：封一 1 个；每一卷的培养与评价下方共设有 18 个读者服务入口。当该出版物属于社会型人格时，其导读文字为：本书答案及解题步骤，扫卷中二维码获取。使用文字精准和清晰，通过描述清楚二维码中能够提供的读者服务，来刺激出读者扫码的欲望，符合该出版物属性——让孩子考试拿高分从而获得家长赞赏。尽管读者服务和导读文字都比较简单，但却描述的非常直观和清晰，能够给读者说清楚这是什么，能够带来什么，从而有效的降低读者的理解成本，符合其雌性书籍和社会型人格属性的分析。

首条读者服务表明了该出版物的服务信息，大大提高了读者扫码率；情景答案解析放在第二条，也符合其书社会型人格的分析，快速帮助家长获取答案，满足家长辅导孩子学习的目的。

三、定价论证

该出版物在读者服务上，名师讲解视频定价 9.9 元，因为该读者服务内容复杂，人力成本高，难度大，故其定价最高。名师在线问答定价 6.6 元，有北京海淀区、湖北黄冈市一线名师团队组成编委会成员，为目标用户提供一对一在线解答难题服务，含金量高。因此，该读者服务价格高于其他读者服务。读者圈服务，定价 3 元，已有 11 万数据支撑，并有置顶、加精、上首页等丰富功能，互动性强。单元测试答案定价 2 元，帮助家长轻松引导孩子解题，情景解析具有代入感，属于出版物读者服务标准定价。

四、提升建议

基于该出版物为社会型人格属性，让读者与他人交往时获得他人称赞而产生快感，另外该出版物的购买决策人是家长，其封面读者服务导读文字应明确服务对象。该书的主要功能是帮家长高效地辅导孩子学习。描述得直观和清晰，才能够给读者说清楚这是什么，能够带来什么，增加读者导流率，提升读者黏性。

